

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.04.01 Сервис

Код и наименование направления подготовки/специальности

Технологии современного лидерства

Наименование направленности (профиля)

Уровень высшего образования: *магистратура*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2026

Технология организации корпоративных мероприятий

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

К.э.н., доцент, доцент каф. ОСТиГ А.И. Мосалёв

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 5 от 29.12.2025 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	<u>Пояснительная записка</u>	4
1.1.	<u>Цель и задачи дисциплины</u>	4
1.2.	<u>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций</u>	4
1.3.	<u>Место дисциплины в структуре образовательной программы</u>	5
2.	<u>Структура дисциплины</u>	5
3.	<u>Содержание дисциплины</u>	6
4.	<u>Образовательные технологии</u>	7
5.	<u>Оценка планируемых результатов обучения</u>	8
5.1	<u>Система оценивания</u>	8
5.2	<u>Критерии выставления оценки по дисциплине</u>	9
5.3	<u>Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине</u>	10
6.	<u>Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины</u>	12
6.1	<u>Список источников и литературы</u>	12
6.2	<u>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</u>	12
6.3	<u>Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы</u>	13
7.	<u>Материально-техническое обеспечение дисциплины</u>	13
8.	<u>Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов</u>	13
9.	<u>Методические материалы</u>	14
9.1	<u>Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий</u>	14
9.2	<u>Методические рекомендации по подготовке письменных работ</u>	16
9.3	<u>Иные материалы</u>	17
	<u>Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины</u>	18

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов знаний теории, принципов и основ организации корпоративных мероприятий.

Задачи дисциплины:

- Сформировать систему знаний о закономерностях, специфике и феномене организации корпоративных мероприятий;
- Сформировать представление о современных технологиях в области организации корпоративных мероприятий
- Сформировать систему знаний, необходимых для анализа организации корпоративных мероприятий.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-3 - Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1- Планирует командную работу и формулирует цели, задачи	Знать: основные модели формирования структуры организации и департамента, занимающегося корпоративными мероприятиями Уметь: взаимодействовать со структурными подразделениями организации в рамках корпоративных мероприятий Владеть: навыками планирования работы в команде при проведении корпоративных мероприятий
	УК-3.2 - Организует работу команды для достижения поставленной цели	Знать: основные методы анализа управленческих решений в корпоративных мероприятиях Уметь: организовывать работу членов корпоративных мероприятий Владеть: навыками организации работы в команде при проведении корпоративных мероприятий
	УК-3.3 - Контролирует выполнение членами команды поставленных задач, корректирует работу команды в соответствии с целью работы	Знать: основные методы оценки возможностей и трудовых ресурсов, необходимых для организации и проведения корпоративных коммуникаций Уметь: принимать решения в корпоративных мероприятиях на основе объективной оценки ситуации, ресурсов, участников проектов Владеть: контроля работы в команде при проведении корпоративных

		мероприятий
ОПК- 1 - Способен формировать технологическую концепцию сервисных организаций, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере сервиса	ОПК-1.1 - Применяет методы формирования технологической концепции организаций сферы сервиса	Знать: основные методы оценки и актуализации личностного потенциала, внутренних источников роста и развития собственной деятельности Уметь: использовать в рамках корпоративного мероприятия свои сильные стороны и потенциал развития Владеть: формирования концепции корпоративного мероприятия
ОПК- 3 - Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в избранной профессиональной сфере	ОПК-3.1 - Разрабатывает и внедряет системы менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества	Знать: основные методы оценки степени важности задач в рамках корпоративных мероприятий Уметь: классифицировать задачи по степени их приоритета Владеть: сопровождения качества корпоративных мероприятий
	ОПК-3.2 - Оценивает качество оказания услуг в сфере сервиса в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон	Знать: основные методы повышения эффективности деятельности в рамках корпоративных мероприятий Уметь: применять на практике методы повышения эффективности Владеть: навыками разработки стратегии маркетинга в сфере сервиса корпоративных мероприятий в соответствии с нормативными документами

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технология организации корпоративных мероприятий» относится к блоку обязательных дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Коммуникативные технологии управления корпоративными СМИ», «Анализ глобальных трендов будущего».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Стратегия и планирование во внутрикорпоративных коммуникациях», «Теория и практика PR в современных внутрикорпоративных коммуникациях», «Технологии создания и публичная презентация бренда компании».

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество
---------	---------------------	------------

		часов
1	Лекции	10
1	Семинары	20
	Всего:	30

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 78 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Корпоративные мероприятия в системе PR и GR-коммуникаций	Понятие и содержание корпоративных мероприятий, преимущества, недостатки событийного маркетинга. История развития российского event-бизнеса. Функции event-менеджера. Подходы к определению события. Собственный event-проект или event для клиента. Основные понятия и термины event-индустрии. Event-маркетинг в системе PR и GR-коммуникаций. Цели, задачи, функции, возможности и ограничения event-маркетинга. Основные составляющие event-маркетинга. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования в event-маркетинге. Окружающая среда event-маркетинга. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды. Поведение потребителей: влияние на event-маркетинг. Оценка поведения различных групп потребителей.
2	Основные стратегии корпоративных мероприятий	Классификация мероприятий, акций и событий. Специфика успешного события. Концепции event-маркетинга: разработка, проведение и анализ мероприятия. Этапы планирования и реализации event-проектов. Принцип 5W. Формирование и управление командой для реализации event-проекта. Креатив и продакшн. Дедлайны и тайм-менеджмент. Изучение и применение различных шоутехнологий. «Большая идея» мероприятия. Креативные технологии при организации мероприятий, акций и событий. Инструменты креативности. Правила/структура/особенности креативных стратегий. Рабочие инструменты и методики креативности, алгоритм и методики разработки идей.
3	Особенности организации мероприятий различных видов и форматов	Форматы мероприятий для прессы. Пресс-конференция. Круглый стол. Прессланч. Пресс-завтрак. Пресс-брифинг. Пресс-тур. Интернет-пресс-конференция. Личная встреча с журналистами (в ресторане, кафе или бизнес-центре). Дни открытых дверей. Рекомендации выступающим. Рекомендации модераторам. Медиа-тренинги для спикеров. Подготовка модераторов.

		<p>Особенности разных форматов мероприятий для СМИ. Форматы мероприятий для клиентов, партнеров, инвесторов. Конференции. Форумы. Бизнес-завтраки. Круглые столы. Семинары. Тренинги. Обучающие мероприятия. Презентации (продуктов, услуг, концепций, стратегий, планов, результатов). Выставки. Род-шоу. Особенности разных форматов мероприятий для клиентов, партнеров, инвесторов. Форматы мероприятий для сотрудников организации. Тимбилдинги. Корпоративные конференции. Корпоративные развлекательные мероприятия. Выездные мероприятия. Особенности разных форматов мероприятий для сотрудников организации. Форматы общественных и городских мероприятий. Фестивали. Конкурсы. Ярмарки. Праздники. Концерты. Модные показы. Выставки. Особенности разных форматов общественных и городских мероприятий. Форматы политических мероприятий, акций и событий, их особенности. Политические дебаты. Митинги, собрания, демонстрации, шествия, пикетирования. Перформансы, флэш-мобы. Особенности разных форматов политических мероприятий.</p>
4	Технологии организации, продвижения и оценки эффективности мероприятий, акций и событий	<p>Событие как проект. Креатив в ивент-проектах. План маркетингового мероприятия: этапы разработки. Идея и предложение, исследование выполнимости, цели и задачи события, требования, условия выполнения, план выполнения, мониторинг и оценка результатов. Особенности создания необходимых рабочих документов (бриф, презентация, план действий, пресс-релизы, приглашения, check-list, смета и т.п.). Структура и содержательная часть отчетов по проведенным мероприятиям. Логистика и управление мероприятием. Способы и методы организации и продвижения события. Маркетинговая эффективность мероприятий. Цели маркетинговых мероприятий при организации события. Как добиться максимального эффекта от акции для последующего построения отношений с клиентами, партнерами, инвесторами и другими целевыми аудиториями. Масс-медиа. Директ-маркетинг. PR-технологии. Реклама. Digital маркетинг. Мобильный маркетинг. Креативные технологии</p>

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1.	Корпоративные мероприятия в	Лекция 1.	Вводная лекция

	системе PR и GR-коммуникаций	<i>Семинар 1. Самостоятельная работа</i>	<i>Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
2.	Основные стратегии корпоративных мероприятий	<i>Лекция 2. Семинар 2. Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием видеоматериалов Деловая игра Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
3.	Особенности организации мероприятий различных видов и форматов	<i>Лекция 3. Семинар 3. Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием презентации Групповое обсуждение опорных вопросов Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
4.	Технологии организации, продвижения и оценки эффективности мероприятий, акций и событий	<i>Лекция 4. Семинар 4. Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием презентации Развернутая беседа Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-2)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 3-4)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – зачёт		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетворительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлетворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень вопросов к контрольной работе

1. Классификация мероприятий в event-маркетинге.
2. Развлекательные мероприятия: спортивные, музыкальные, досуговые.
3. Культурные мероприятия: церемониальные, религиозные, мемориальные, фольклорные, театральные, ярмарочно-выставочные, фестивальные.
4. Персональные события: торжества, юбилеи, свадьбы, дни рождения.
5. Организационные события: коммерческие, политические, общественные.
6. Этапы выработки концепции мероприятия.
7. Виды и форматы мероприятий.
8. Функции event-менеджера.
9. Этапы жизненного цикла мероприятия.
10. Исследование – этап разработки концепции event-проекта.
11. Творчество и креативные технологии в разработке event-проекта.
12. Реализация и координация event-проекта.
13. Анализ результатов реализации event-проекта.
14. Мероприятия для прессы, виды и характеристика.
15. Выездные мероприятия, виды и характеристика.
16. Развлекательные мероприятия, виды и характеристика.
17. Торжественные мероприятия, виды и характеристика.
18. Благотворительные мероприятия, виды и характеристика.
19. Массовые мероприятия, виды и характеристика.
20. Спортивные мероприятия, виды и характеристика.
21. Мультипликативный маркетинговый эффект от event-активностей.
22. Целевые аудитории event-проектов.
23. Торговые и промышленные мероприятия.
24. Бюджетирование мероприятия.
25. Экономические показатели деятельности event-проекта.
26. Необходимые ресурсы для реализации мероприятия и распределение работ в разработке и реализации event-проекта.
27. Измерение и оценка эффективности мероприятия.
28. Сайт мероприятия, основные содержательные блоки сайта.
29. Инструменты продвижения мероприятия.
30. Спонсорство, оценка финансовой выгоды от привлечения спонсора.
31. Типы спонсоров: технический, информационный, финансовый.
32. Спонсорские привилегии, статус и размер спонсорского вложения.
33. Документы при подготовке мероприятия, которые отражают состояние дел на каждом этапе.
34. Сценарии event-проектов, особенности разработки.

35. Сюжеты для проведения тематических корпоративных праздников.

Пример заданий к контрольной работе

1. Проведите сравнительный анализ различных видов спонсорства: технический спонсор, информационный спонсор, финансовый спонсор. Составьте 3 спонсорских пакета, обозначающих условия как для спонсора, так и для организатора мероприятия. Предложите убедительные аргументы для переговоров со спонсорами, релевантные их бизнесу и задачам.

2. Составьте план проведения конференции в фармацевтической отрасли на тему «Резистентность антибиотиков». Уточните контент-наполнение мероприятия (тематика докладов, список спикеров конференции, программа), организационную часть (площадка, техническое оснащение, размещение участников, логистика, список подрядчиков, бюджет), финансирование конференции (привлечение спонсоров и партнеров), информационную поддержку (СМИ, медиа-партнеры), составьте гант-чарт проведения мероприятия.

3. Опишите основные целевые аудитории промышленной выставки станков и оборудования. Какие цели преследует каждая целевая аудитория выставки? Каким образом организатор выставки может помочь решить эти задачи в рамках своего мероприятия?

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачёту

1. Классификация мероприятий в event-маркетинге.
2. Развлекательные мероприятия: спортивные, музыкальные, досуговые.
3. Культурные мероприятия: церемониальные, религиозные, мемориальные, фольклорные, театральные, ярмарочно-выставочные, фестивальные.
4. Персональные события: торжества, юбилеи, свадьбы, дни рождения.
5. Организационные события: коммерческие, политические, общественные.
6. Этапы выработки концепции мероприятия.
7. Виды и форматы мероприятий.
8. Функции event-менеджера.
9. Этапы жизненного цикла мероприятия.
10. Исследование – этап разработки концепции event-проекта.
11. Творчество и креативные технологии в разработке event-проекта.
12. Реализация и координация event-проекта.
13. Анализ результатов реализации event-проекта.
14. Мероприятия для прессы, виды и характеристика.
15. Выездные мероприятия, виды и характеристика.
16. Развлекательные мероприятия, виды и характеристика.
17. Торжественные мероприятия, виды и характеристика.
18. Благотворительные мероприятия, виды и характеристика.
19. Массовые мероприятия, виды и характеристика.
20. Спортивные мероприятия, виды и характеристика.
21. Мультипликативный маркетинговый эффект от event-активностей.
22. Целевые аудитории event-проектов.
23. Торговые и промышленные мероприятия.
24. Бюджетирование мероприятия.
25. Экономические показатели деятельности event-проекта.
26. Необходимые ресурсы для реализации мероприятия и распределение работ в разработке и реализации event-проекта.
27. Измерение и оценка эффективности мероприятия.
28. Сайт мероприятия, основные содержательные блоки сайта.
29. Инструменты продвижения мероприятия.
30. Спонсорство, оценка финансовой выгоды от привлечения спонсора.
31. Типы спонсоров: технический, информационный, финансовый.
32. Спонсорские привилегии, статус и размер спонсорского вложения.

33. Документы при подготовке мероприятия, которые отражают состояние дел на каждом этапе.
34. Сценарии event-проектов, особенности разработки.
35. Сюжеты для проведения тематических корпоративных праздников.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Источники

Основные

Котлер, Ф. Латеральный маркетинг: Технология поиска революционных идей Учебное пособие: Аспирантура / Ф. Котлер, Ф.Т. Бес - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2016 - 206 с. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL <http://new.znanium.com/go.php?id=739521>

Сакович, С.М. Event - маркетинг. Монография / С.М. Сакович, Н.Н. Казюлина - Москва: Русайнс, 2018 - 65 – ЭБС BOOK.ru. - URL: <http://www.book.ru/book/930032>

Литература

Основная

Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 126 с. - ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/415129>

Дополнительная

Чамкин, А. С. Основы коммуникологии (теория коммуникации): Учебное пособие: ВО - Бакалавриат / А.С. Чамкин - Москва: ООО "Научноиздательский центр ИНФРА-М", 2017 - 350 с. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <http://new.znanium.com/go.php?id=854756>

Приказ Минтруда России от 02.02.2018 N 49н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист административно-хозяйственной деятельности" (Зарегистрировано в Минюсте России 11.04.2018 N 50729)

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Специализированный информационный портал, посвященный планированию и проведению специальных мероприятий и событийному маркетингу (event-marketing). - <http://www.eventmarket.ru>

Интернет-версия журнала, посвященного специальным мероприятиям и рынку услуг - <http://www.event.ru>

Российская ассоциация по связям с общественностью <https://www.raso.ru/>

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) <https://wciom.ru/>

Группа компаний ФОМ <http://fom-gk.ru/>

Информационно-аналитический портал гуманитарные технологии <http://gtmarket.ru/>

Журнал «Эксперт» <http://expert.ru/>

Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей (АКОС). URL: <http://www.akospr.ru/>

Профессиональный PR-портал. URL: <http://www.sovetnik.ru>

Профессиональный PR-портал «Советник». URL: <http://www.sovetnik.ru>

Технологический журнал для гуманитариев «Со-общение». URL: <http://www.soob.ru>

Портал «Оптимальные коммуникации». URL: <http://jarki.ru/wpress/>

Альманах «Дискурс-Пи». URL:
http://www.madipi.ru/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=7&Itemid=2
 Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

Информационные справочные системы:

3. Консультант Плюс
4. Гарант

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным

обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских занятий

Тема 1. Корпоративные мероприятия в системе PR и GR коммуникаций

Вопросы для обсуждения:

Понятие и содержание event-маркетинга, преимущества, недостатки событийного маркетинга. История развития российского event-бизнеса. Функции event-менеджера. Подходы к определению события. Собственный event-проект или event для клиента. Основные понятия и

термины event-индустрии. Event-маркетинг в системе PR и GR-коммуникаций. Цели, задачи, функции, возможности и ограничения event-маркетинга. Основные составляющие event-маркетинга. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования в event-маркетинге. Окружающая среда event-маркетинга. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды. Поведение потребителей: влияние на event-маркетинг. Оценка поведения различных групп потребителей.

Список литературы:

Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 126 с. - ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/415129>

Тема 2. Основные стратегии event-маркетинга

Вопросы для обсуждения:

Классификация мероприятий, акций и событий. Специфика успешного события. Концепции event-маркетинга: разработка, проведение и анализ мероприятия. Этапы планирования и реализации event-проектов. Принцип 5W. Формирование и управление командой для реализации event-проекта. Креатив и продакшн. Дедлайны и тайм-менеджмент. Изучение и применение различных шоу технологий. «Большая идея» мероприятия. Креативные технологии при организации мероприятий, акций и событий. Инструменты креативности. Правила/структура/особенности креативных стратегий. Рабочие инструменты и методики креативности, алгоритм и методики разработки идей.

Список литературы:

Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 126 с. - ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/415129>

Тема 3. Особенности организации мероприятий различных видов и форматов..

Вопросы для обсуждения:

Форматы мероприятий для прессы. Пресс-конференция. Круглый стол. Пресс-ланч. Пресс-завтрак. Пресс-брифинг. Пресс-тур. Интернет-пресс-конференция. Личная встреча с журналистами (в ресторане, кафе или бизнес-центре). Дни открытых дверей. Рекомендации выступающим. Рекомендации модераторам. Медиа-тренинги для спикеров. Подготовка модераторов. Особенности разных форматов мероприятий для СМИ. Форматы мероприятий для клиентов, партнеров, инвесторов. Конференции. Форумы. Бизнес-завтраки. Круглые столы. Семинары. Тренинги. Обучающие мероприятия. Презентации (продуктов, услуг, концепций, стратегий, планов, результатов). Выставки. Рoad-шоу. Особенности разных форматов мероприятий для клиентов, партнеров, инвесторов. Форматы мероприятий для сотрудников организации. Тимбилдинги. Корпоративные конференции.

Корпоративные развлекательные мероприятия. Выездные мероприятия. Особенности разных форматов мероприятий для сотрудников организации. Форматы общественных и городских мероприятий. Фестивали. Конкурсы. Ярмарки. Праздники. Концерты. Модные показы. Выставки. Особенности разных форматов общественных и городских мероприятий. Форматы политических мероприятий, акций и событий, их особенности. Политические дебаты. Митинги, собрания, демонстрации, шествия, пикетирования. Перформансы, флэшмобы. Особенности разных форматов политических мероприятий.

Список литературы:

Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. -

3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 126 с. - ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/415129>

Тема 4. Технологии организации, продвижения и оценки эффективности мероприятий, акций и событий

Вопросы для обсуждения:

Событие как проект. Креатив в ивент-проектах. План маркетингового мероприятия: этапы разработки. Идея и предложение, исследование выполнимости, цели и задачи события, требования, условия выполнения, план выполнения, мониторинг и оценка результатов. Особенности создания необходимых рабочих документов (бриф, презентация, план действий, пресс-релизы, приглашения, check-list, смета и т.п.). Структура и содержательная часть отчетов по проведенным мероприятиям. Логистика и управление мероприятием. Способы и методы организации и продвижения события. Маркетинговая эффективность мероприятий. Цели маркетинговых мероприятий при организации события. Как добиться максимального эффекта от акции для последующего построения отношений с клиентами, партнерами, инвесторами и другими целевыми аудиториями. Масс-медиа. Директ-маркетинг. PR-технологии. Реклама. Digital-маркетинг. Мобильный маркетинг. Креативные технологии.

Список литературы:

Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 126 с. - ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/415129>

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Требования к написанию доклада

Доклад – это краткое изложение в письменном виде содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности, имеет регламентированную структуру, содержание и оформление. Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;
2. Развитие навыков логического мышления;
3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список используемых источников. В зависимости от тематики доклада к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т. д.

При оценке доклада используются следующие критерии:

1. Новизна реферированного текста: – актуальность проблемы и темы;
 - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;
2. Степень раскрытия сущности проблемы: – соответствие плана теме доклада;
 - соответствие содержания теме и плану доклада;
 - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; – обоснованность способов и методов работы с материалом;
 - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;
 - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
3. Обоснованность выбора источников:

- круг, полнота использования литературных источников по проблеме;
- привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).

4. Соблюдение требований к оформлению:

- правильное оформление ссылок на используемую литературу;
- грамотность и культура изложения;
- владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;
- соблюдение требований к объему доклада;
- культура оформления: выделение абзацев.

5. Грамотность:

- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;
- отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;
- литературный стиль.

Требования к контрольной работе

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т. д. При оценке контрольной преподаватель руководствуются следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;
- обучающийся подобрал достаточный список литературы, которая необходима для осмысления темы контрольной;
- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;
- обучающийся анализирует материал;
- контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;
- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;
- контрольная работа соответствует всем требованиям по оформлению;
- автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

При выявлении заданий, выполненных несамостоятельно, преподаватель вправе провести защиту студентами своих работ. По результатам защиты преподаватель выносит решение либо о зачете контрольной работы, либо об ее возврате с изменением варианта. Защита контрольной работы предполагает свободное владение студентом материалом, изложенным в работе и хорошее знание учебной литературы, использованной при написании.

9.3 Иные материалы

Не предусмотрено

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина (модуль) реализуется на факультете туризма и гостеприимства, кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.

Цель дисциплины - формирование у студентов знаний теории, принципов и основ организации корпоративных мероприятий.

Задачи дисциплины:

- Сформировать систему знаний о закономерностях, специфике и феномене организации корпоративных мероприятий;
- Сформировать представление о современных технологиях в области организации корпоративных мероприятий
- Сформировать систему знаний, необходимых для анализа организации корпоративных мероприятий.

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:

УК-3.1- Планирует командную работу и формулирует цели, задачи

УК-3.2 - Организует работу команды для достижения поставленной цели

УК-3.3 - Контролирует выполнение членами команды поставленных задач, корректирует работу команды в соответствии с целью работы

ОПК-1.1 - Применяет методы формирования технологической концепции организаций сферы сервиса

ОПК-3.1 - Разрабатывает и внедряет системы менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества

ОПК-3.2 - Оценивает качество оказания услуг в сфере сервиса в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон

В результате освоения дисциплины *обучающийся* должен:

Знать: основные модели формирования структуры организации и департамента, занимающегося корпоративными мероприятиями

Уметь: взаимодействовать со структурными подразделениями организации в рамках корпоративных мероприятий

Владеть: навыками планирования работы в команде при проведении корпоративных мероприятий

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачёта*.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.